



## **Pengaruh Penggunaan Paylater dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga di Desa Siandong**

Fadhilatun Nisa, Anisa Sains Kharisma, Nasiruddin, Dumadi, Roni

Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes

[fadilah02nisa@gmail.com](mailto:fadilah02nisa@gmail.com), [anisasains08@gmail.com](mailto:anisasains08@gmail.com), [nasir.brebes@gmail.com](mailto:nasir.brebes@gmail.com), [dumadi\\_adi@yahoo.co.id](mailto:dumadi_adi@yahoo.co.id),  
[roni.umus18@gmail.com](mailto:roni.umus18@gmail.com)

### **Abstrak**

Perkembangan financial technology (fintech), khususnya layanan paylater, telah mengubah pola transaksi dan perilaku konsumsi masyarakat dengan menawarkan kemudahan, kecepatan, serta fleksibilitas dalam melakukan pembayaran. Kemudahan transaksi, promosi digital, dan perubahan gaya hidup berpotensi mendorong peningkatan perilaku konsumtif, termasuk pada ibu rumah tangga yang memiliki peran penting dalam pengelolaan keuangan keluarga. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan paylater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong, Kecamatan Larangan, Kabupaten Brebes. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Populasi penelitian berjumlah 4.009 ibu rumah tangga dengan sampel sebanyak 98 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai t sebesar 7,305 dan signifikansi 0,000. Gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t sebesar 4,916 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan nilai F sebesar 119,688 dan signifikansi 0,000. Nilai  $R^2$  sebesar 0,716 menunjukkan bahwa penggunaan paylater dan gaya hidup mampu menjelaskan 71,6% variasi perilaku konsumtif. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan diperlukan agar pemanfaatan paylater lebih bijak, terencana, dan sesuai kebutuhan keluarga.

*Kata kunci: Penggunaan Paylater, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Ibu Rumah Tangga*

### **Abstract**

The development of financial technology (fintech), particularly paylater services, has transformed transaction patterns and consumer behavior by offering convenience, speed, and flexibility in payment. Transaction convenience, digital promotions, and changing lifestyles have the potential to increase consumerism, including among housewives who play an important role in managing household finances. This study aims to analyze the effect of paylater usage and lifestyle on the consumptive behavior of housewives in Siandong Village, Larangan District, Brebes Regency. This study employed a quantitative approach with a causal associative research design. The population consisted of 4,009 housewives, with a sample of 98 respondents determined using the Slovin formula and purposive sampling technique. Data were collected through a five-point Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that paylater usage has a positive and significant effect on consumptive behavior, with a t-value of 7.305 and a significance level of 0.000. Lifestyle also has a positive and significant effect, with a t-value of 4.916 and a significance level of 0.000. Simultaneously, both variables have a significant effect, with an F-value of 119.688 and a significance level of 0.000. The  $R^2$  value of 0.716 indicates that paylater usage and lifestyle explain 71.6% of the variation in consumptive behavior. Therefore, improving financial literacy is essential to ensure that paylater services are used wisely, responsibly, and in accordance with household needs.

*Keywords: Paylater Usage, Lifestyle, Consumptive Behavior, Housewives*

### **1. Pendahuluan**

Kemajuan teknologi digital telah mengubah sistem transaksi ekonomi di Indonesia melalui perkembangan financial technology (fintech) yang menghadirkan berbagai inovasi layanan keuangan berbasis digital (Sholeha & Kharisma, 2024). Meningkatnya penetrasi internet yang telah menjangkau lebih dari 73,7% penduduk Indonesia turut mempercepat pertumbuhan e-commerce dan layanan pembayaran digital (Ramadanti, 2022). Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah layanan paylater, yaitu sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari (Sholeha & Kharisma, 2024). Data

perkembangan paylater pada periode 2021–2025 menunjukkan tren peningkatan yang berkelanjutan, dengan pertumbuhan paling signifikan terjadi pada tahun 2024 hingga 2025 (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa paylater semakin diterima sebagai alternatif pembiayaan jangka pendek yang praktis sekaligus mencerminkan perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang semakin mengandalkan kemudahan kredit digital (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Dalam lingkungan rumah tangga, penggunaan paylater didominasi oleh kelompok usia produktif dan ibu rumah tangga (Hasanah et al., 2024). Sebagian besar penggunaan paylater dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi harian, fashion keluarga, pendidikan anak, serta kesehatan dan kecantikan (Kredivo & Katadata Insight Center, 2024; Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Sebagai pengelola keuangan keluarga, ibu rumah tangga memiliki peran penting dalam menentukan keputusan pembelian berbagai kebutuhan rumah tangga (Fitri & Mardiana, 2025). Penggunaan layanan paylater pada kelompok ini dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan, promosi, serta gaya hidup hedonis yang dapat memengaruhi perilaku pembelian (Fitri & Mardiana, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa paylater tidak lagi berfungsi hanya sebagai alternatif pembayaran, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang turut memengaruhi perilaku ekonomi keluarga (Rahima & Cahyadi, 2022).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan paylater berpengaruh positif terhadap meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat (Utami et al., 2023). Kemudahan fitur paylater juga terbukti mendorong terjadinya pembelian impulsif di kalangan pengguna (Julita et al., 2022). Selain itu, gaya hidup dan pengaruh sosial diketahui memperkuat kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif ketika memanfaatkan layanan paylater (S. D. Lestari & Haris, 2024). Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada mahasiswa maupun masyarakat perkotaan sehingga belum mampu menggambarkan karakteristik pengguna di wilayah pedesaan (Rahima & Cahyadi, 2022; Ramadanti, 2022). Penelitian lain mengenai masyarakat desa juga belum mengintegrasikan variabel penggunaan paylater dan gaya hidup secara komprehensif sehingga masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut (W. A. Putri, 2024; Rodzkiyah, 2024; Salsabila, 2023).

Berbagai kasus menunjukkan bahwa penggunaan paylater yang tidak disertai pengelolaan keuangan yang baik berpotensi menimbulkan gagal bayar (Kompas.com, 2024). Otoritas Jasa Keuangan melaporkan bahwa sebagian pengguna, termasuk ibu rumah tangga dan masyarakat berpendapatan menengah ke bawah, memanfaatkan paylater untuk memenuhi kebutuhan konsumsi hingga akhirnya mengalami penumpukan cicilan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Kemudahan akses serta berbagai promosi digital turut mendorong pembelian barang-barang non-esensial yang meningkatkan risiko keterlambatan pembayaran (Kompas.com, 2024). Kondisi tersebut dapat menyebabkan pengguna tercatat sebagai kredit bermasalah dalam Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) sehingga menghambat akses terhadap fasilitas kredit formal, seperti Kredit Pemilikan Rumah (KPR) (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa penggunaan paylater mulai meningkat di kalangan ibu rumah tangga di Desa Siandong untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan tambahan (Hasil pra-survei peneliti, 2026). Kemudahan transaksi melalui smartphone serta berbagai promosi, seperti potongan harga dan gratis ongkos kirim, menjadi faktor yang mendorong penggunaan layanan tersebut (Hasil pra-survei peneliti, 2026). Di sisi lain, sebagian besar pengguna masih memiliki pemahaman yang terbatas mengenai bunga, denda keterlambatan, serta risiko penggunaan paylater terhadap kondisi keuangan keluarga (Hasil pra-survei peneliti, 2026). Hasil pra-penelitian terhadap 30 responden menunjukkan bahwa 66,7% pernah menggunakan paylater, 70% memilih paylater karena kemudahan transaksi, dan 53,3% mengaku pernah membeli barang di luar kebutuhan utama (Hasil pra-survei peneliti, 2026). Meskipun demikian, mayoritas responden menyatakan bahwa penggunaan paylater belum meningkatkan frekuensi pembelian mereka (Hasil pra-survei peneliti, 2026).

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan paylater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong melalui pendekatan kuantitatif (Peneliti, 2026). Pendekatan kuantitatif dipilih untuk mengukur hubungan antarvariabel secara objektif menggunakan analisis statistik (Peneliti, 2026). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian mengenai financial technology, gaya hidup, dan perilaku konsumtif, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya (Peneliti, 2026). Selain itu, hasil penelitian diharapkan menjadi dasar dalam penyusunan program edukasi literasi keuangan serta kebijakan yang lebih tepat bagi masyarakat pedesaan dalam memanfaatkan layanan paylater secara bertanggung jawab (Peneliti, 2026).

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Siandong, Kecamatan Larangan, Kabupaten Brebes pada periode Januari hingga Juli 2026. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu adanya ibu rumah tangga yang telah menggunakan layanan paylater sehingga dapat memberikan informasi yang relevan mengenai pengaruh penggunaan paylater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, kondisi sosial dan ekonomi masyarakat Desa Siandong memungkinkan peneliti mengamati secara langsung perubahan pola konsumsi yang terjadi, sehingga data yang diperoleh diharapkan mampu merepresentasikan kondisi nyata di lapangan. Rentang waktu penelitian mencakup seluruh tahapan, mulai dari pengajuan judul, penyusunan proposal, seminar proposal, pengumpulan dan pengolahan data, hingga penyusunan serta sidang skripsi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Penelitian kuantitatif memanfaatkan data numerik yang dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis penelitian (Sunarti et al., 2025). Pendekatan asosiatif kausal dipilih untuk menganalisis pengaruh penggunaan paylater sebagai variabel independen ( $X_1$ ) dan gaya hidup sebagai variabel independen ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif sebagai variabel dependen (Y) (Siddiqi & Sari, 2025). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan karakteristik masing-masing variabel, tetapi juga menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel berdasarkan data empiris sehingga menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong.

### 2.1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu rumah tangga yang berdomisili di Desa Siandong, Kecamatan Larangan, Kabupaten Brebes, dengan jumlah sebanyak 4.009 orang berdasarkan data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Populasi dipilih karena ibu rumah tangga memiliki peran penting dalam mengelola keuangan keluarga dan mengambil keputusan konsumsi, sehingga dinilai relevan dengan variabel penelitian, yaitu penggunaan paylater, gaya hidup, dan perilaku konsumtif (Sugiyono, 2019; Arikunto, 2021). Dengan menetapkan populasi secara jelas, penelitian diharapkan mampu memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian serta memberikan gambaran yang representatif mengenai perilaku konsumtif masyarakat di Desa Siandong.

Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi telah diketahui, dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 97,6 yang kemudian dibulatkan menjadi 98 responden. Penggunaan margin of error sebesar 10% dipilih karena masih berada dalam batas toleransi yang dapat diterima dan dinilai mampu menghasilkan sampel yang representatif, sekaligus mempertimbangkan efisiensi waktu, tenaga, dan biaya penelitian (Roshni & Nattassha, 2024). Selanjutnya, teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, meliputi ibu rumah tangga yang berdomisili di Desa Siandong, pernah atau sedang menggunakan layanan paylater, serta bersedia menjadi responden, sehingga data yang diperoleh lebih relevan dan mampu menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti.

### 2.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional dalam penelitian ini menjelaskan setiap variabel secara spesifik agar dapat diukur dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Variabel independen terdiri atas penggunaan paylater ( $X_1$ ) dan gaya hidup ( $X_2$ ). Penggunaan paylater didefinisikan sebagai tingkat pemanfaatan layanan pembayaran tunda oleh ibu rumah tangga dalam aktivitas berbelanja yang diukur melalui frekuensi, intensitas, dan tujuan penggunaannya. Sementara itu, gaya hidup menggambarkan pola aktivitas, minat, serta pandangan ibu rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari, termasuk kebiasaan mengelola pengeluaran dan kecenderungan mengikuti tren konsumsi.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y), yaitu kecenderungan ibu rumah tangga melakukan pembelian secara berlebihan yang tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan, gengsi, dan gaya hidup. Perilaku tersebut tercermin dari pembelian impulsif, ketertarikan terhadap promosi, serta kecenderungan membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Dengan demikian, perilaku konsumtif diposisikan sebagai variabel yang dipengaruhi oleh penggunaan paylater dan gaya hidup.

Tabel 1. Tabel Operasional Variabel Penelitian

| Variabel                                                                  | Indikator                                | Definisi Operasional                                                                                                                                                         | Pernyataan                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Penggunaan Paylater (X1)</b><br>(Eviina & Saputra, 2022)               | Frekuensi Penggunaan                     | Tingkat seberapa sering individu menggunakan layanan paylater dalam periode tertentu (harian, mingguan, atau bulanan) yang menunjukkan kebiasaan penggunaan secara berulang. | 1. Saya menggunakan paylater dalam kegiatan belanja saya setiap bulan.<br>2. Saya menggunakan paylater lebih dari satu kali dalam satu bulan untuk berbelanja.                           |
| <b>Penggunaan Paylater (X1)</b><br>(Hariono et al., 2025)                 | Intensitas Penggunaan                    | Tingkat keterlibatan dan konsistensi individu dalam menggunakan paylater, termasuk tingkat ketergantungan dalam setiap transaksi.                                            | 1. Saya sering menggunakan paylater saat berbelanja kebutuhan rumah tangga.<br>2. Saya cukup bergantung pada paylater ketika berbelanja.                                                 |
| <b>Penggunaan Paylater (X1)</b><br>(Umam & Bachtiar, 2024)                | Jumlah Transaksi                         | Total transaksi atau pembelian yang dilakukan menggunakan paylater dalam periode tertentu yang menunjukkan tingkat pemanfaatan layanan.                                      | 1. Saya melakukan beberapa kali transaksi menggunakan paylater dalam satu periode tertentu.<br>2. Saya menggunakan paylater untuk lebih dari satu jenis pembelian dalam waktu yang sama. |
| <b>Penggunaan Paylater (X1)</b><br>(Lutfiazzahra, 2025)                   | Tujuan Penggunaan                        | Alasan individu menggunakan paylater, baik untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan, termasuk pembelian terencana maupun tidak terencana.                                   | 1. Saya menggunakan paylater untuk membeli kebutuhan rumah tangga.<br>2. Saya menggunakan paylater untuk membeli barang yang saya inginkan meskipun tidak terlalu penting.               |
| <b>Gaya Hidup (X2)</b> (Perdana Oskar et al., 2022)                       | Activities (Kegiatan)                    | Aktivitas sehari-hari yang berkaitan dengan penggunaan paylater, seperti belanja online, mencari promo, atau menggunakan platform digital.                                   | 1. Saya sering menggunakan paylater saat berbelanja melalui aplikasi belanja online.<br>2. Saya mencari informasi promo atau diskon sebelum menggunakan paylater untuk berbelanja.       |
| <b>Gaya Hidup (X2)</b> (Perdana Oskar et al., 2022)                       | Interest (Minat)                         | Ketertarikan individu terhadap produk, layanan, atau promo yang ditawarkan melalui paylater yang memengaruhi keputusan pembelian.                                            | 1. Saya tertarik pada promo atau diskon yang diberikan saat menggunakan paylater.<br>2. Saya tertarik membeli barang yang sedang populer ketika berbelanja dengan paylater.              |
| <b>Gaya Hidup (X2)</b> (Perdana Oskar et al., 2022)                       | Opinion (Pendapat)                       | Pandangan atau penilaian individu terhadap penggunaan paylater, seperti kemudahan, manfaat, risiko, dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif.                             | 1. Saya merasa paylater memudahkan saya dalam melakukan pembelian atau berbelanja.<br>2. Saya merasa penggunaan paylater dapat memengaruhi cara saya mengatur pengeluaran rumah tangga.  |
| <b>Perilaku Konsumtif (Y)</b><br>(Sumartono & Djabar, 2002; Julita, 2022) | Membeli produk karena adanya iming-iming | Perilaku membeli produk karena adanya bonus atau hadiah yang ditawarkan, bukan karena kebutuhan utama.                                                                       | 1. Saya tertarik membeli barang karena ada bonus atau hadiah dari paylater.<br>2. Saya sering membeli barang karena terdoda promo tambahan.                                              |
| <b>Perilaku Konsumtif (Y)</b><br>(Sumartono & Djabar, 2002; Julita, 2022) | Membeli produk karena kemasannya menarik | Perilaku membeli produk yang dipengaruhi oleh daya tarik kemasan yang menarik secara visual.                                                                                 | 1. Saya tertarik membeli produk karena desain kemasannya terlihat menarik.<br>2. Saya lebih mudah tertarik membeli produk yang memiliki tampilan visual yang menarik.                    |
| <b>Perilaku Konsumtif (Y)</b><br>(Sumartono & Djabar, 2002; Julita, 2022) | Membeli produk demi menjaga              | Pembelian yang dilakukan untuk meningkatkan citra diri, status                                                                                                               | 1. Saya membeli barang agar terlihat lebih baik di lingkungan sekitar.                                                                                                                   |

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.13042>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

| Variabel                                                                  | Indikator                                                     | Definisi Operasional                                                                                         | Pernyataan                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Djabar, 2002; Julita, 2022)                                               | penampilan diri dan gengsi                                    | sosial, atau mengikuti tren di lingkungan sosial.                                                            | 2. Saya membeli barang agar tidak ketinggalan tren dengan orang lain.                                                                                                                                 |
| <b>Perilaku Konsumtif (Y)</b><br>(Sumartono & Djabar, 2002; Julita, 2022) | Membeli produk berdasarkan harga, bukan manfaat atau kegunaan | Keputusan pembelian yang lebih dipengaruhi oleh harga atau promosi dibandingkan manfaat dan kegunaan produk. | 1. Saya lebih memilih barang yang harganya lebih murah saat berbelanja menggunakan paylater.<br>2. Saya lebih mempertimbangkan harga yang terjangkau dibandingkan manfaat produk saat membeli barang. |

### 2.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data berbentuk angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji pengaruh penggunaan paylater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif secara objektif. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari ibu rumah tangga di Desa Siandong melalui penyebaran kuesioner yang memuat pernyataan mengenai penggunaan paylater, gaya hidup, dan perilaku konsumtif, sehingga mampu menggambarkan kondisi nyata responden (Herwanis et al., 2025). Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, serta dokumen dari instansi terkait yang digunakan untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis hasil penelitian (Sugiyono, 2020).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi kuesioner, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dengan menerapkan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, sehingga menghasilkan data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik (Ardiansyah et al., 2023; Sugiyono, 2019). Selain itu, studi kepustakaan dimanfaatkan untuk memperoleh teori dan konsep yang relevan mengenai penggunaan paylater, gaya hidup, dan perilaku konsumtif sebagai dasar penyusunan penelitian (Rumina, 2024). Teknik dokumentasi juga digunakan untuk melengkapi data melalui pengumpulan informasi pendukung, seperti profil Desa Siandong, data kependudukan, serta dokumentasi pelaksanaan penelitian di lapangan, sehingga hasil penelitian menjadi lebih lengkap dan valid.

### 2.4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data guna menjawab permasalahan penelitian secara sistematis. Penyusunan instrumen dilakukan berdasarkan teori dan prosedur pengembangan yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga mampu menghasilkan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Keberhasilan proses pengumpulan data sangat bergantung pada ketelitian peneliti dalam memilih dan menyusun instrumen yang tepat agar informasi yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi yang diteliti (Ardiansyah et al., 2023).

Kualitas instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kemampuan instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti dengan menggunakan korelasi Product Moment Pearson. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05, sedangkan item yang tidak memenuhi kriteria dinyatakan tidak valid dan perlu diperbaiki atau dihapus. Selanjutnya, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen melalui koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60, sedangkan nilai di bawah 0,60 menunjukkan bahwa instrumen belum memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

### 2.5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul, dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data berdasarkan jawaban responden yang diperoleh melalui kuesioner berskala Likert lima poin. Data yang telah terkumpul kemudian disusun dalam bentuk tabel dan diuraikan secara deskriptif sehingga dapat memberikan gambaran mengenai kondisi setiap variabel penelitian (Amalia et al., 2025).

Analisis statistik inferensial digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai hubungan antarvariabel berdasarkan data sampel. Sebelum dilakukan analisis regresi, model penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan data berdistribusi normal (Julita et al., 2022; Sonjaya et al., 2025), uji multikolinearitas menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antarvariabel independen (Hati & Aryati, 2022), serta uji heteroskedastisitas untuk memastikan varians residual bersifat konstan sehingga model regresi memenuhi asumsi yang diperlukan (Firdausya & Indawati, 2023).

Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis pengaruh penggunaan paylater ( $X_1$ ) dan gaya hidup ( $X_2$ ) terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ). Pengaruh masing-masing variabel independen diuji melalui uji  $t$  (parsial), sedangkan pengaruh kedua variabel secara bersama-sama dianalisis menggunakan uji  $F$  (simultan). Selain itu, koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan variabel penggunaan paylater dan gaya hidup dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif, sehingga dapat diketahui tingkat kontribusi kedua variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Gambaran Umum Karakteristik Responden

Desa Siandong merupakan salah satu desa di Kecamatan Larangan, Kabupaten Brebes, yang memiliki kondisi sosial ekonomi yang didukung oleh sektor pertanian, perdagangan, dan usaha mikro. Perkembangan teknologi informasi telah mendorong masyarakat memanfaatkan berbagai layanan digital dalam kehidupan sehari-hari, termasuk transaksi melalui platform e-commerce dan layanan paylater. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin dipengaruhi oleh kemudahan akses teknologi dan layanan keuangan digital. Selain itu, jumlah ibu rumah tangga di Desa Siandong sebanyak 4.009 orang dijadikan sebagai populasi penelitian karena kelompok ini memiliki peran penting dalam mengelola keuangan keluarga dan menentukan keputusan pembelian.

Pemilihan Desa Siandong sebagai lokasi penelitian didasarkan pada semakin meningkatnya penggunaan layanan paylater dan perubahan gaya hidup masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan media digital. Kondisi tersebut dinilai relevan untuk mengkaji pengaruh penggunaan paylater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga. Penelitian melibatkan 98 responden yang dipilih sesuai dengan kriteria penelitian melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun melalui Google Form. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk menguji hubungan antara variabel penggunaan paylater, gaya hidup, dan perilaku konsumtif.

Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa kelompok usia 20–30 tahun merupakan kelompok terbesar dengan 29 responden (29,6%), diikuti kelompok usia 41–50 tahun sebanyak 25 responden (25,5%). Selanjutnya, kelompok usia 31–40 tahun dan 51–60 tahun masing-masing berjumlah 19 responden (19,4%), sedangkan responden berusia di atas 60 tahun hanya sebanyak 6 orang (6,1%). Temuan tersebut menunjukkan bahwa responden berasal dari berbagai kelompok usia dengan dominasi usia produktif, sehingga dapat memberikan gambaran yang representatif mengenai perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong.

Berdasarkan jenis pekerjaan, mayoritas responden berprofesi sebagai pedagang sebanyak 33 orang (33,7%), diikuti ibu rumah tangga sebanyak 26 orang (26,5%), buruh 11 orang (11,2%), pegawai swasta 9 orang (9,2%), petani 7 orang (7,1%), guru 6 orang (6,1%), wiraswasta 4 orang (4,1%), dan pekerjaan lainnya 2 orang (2,0%). Sementara itu, berdasarkan pendapatan bulanan, sebagian besar responden memiliki penghasilan kurang dari Rp1.000.000 per bulan, yaitu sebanyak 40 orang (40,8%), disusul kelompok berpendapatan Rp2.000.001–Rp3.000.000 sebanyak 22 orang (22,4%), Rp1.000.000–Rp2.000.000 sebanyak 21 orang (21,4%), tidak memiliki penghasilan sebanyak 8 orang (8,2%), dan hanya 7 orang (7,1%) yang berpenghasilan di atas Rp3.000.000 per bulan. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok ekonomi rendah hingga menengah, yang menjadi karakteristik penting dalam menganalisis perilaku konsumtif terkait penggunaan paylater dan gaya hidup.

### 3.2. Uji Instrumen Penelitian

#### 3.2.1. Uji Validitas

Hasil uji validitas pada variabel Penggunaan Paylater ( $X_1$ ) menunjukkan bahwa seluruh delapan butir pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung yang lebih besar daripada  $r$  tabel (0,199). Nilai korelasi setiap item berkisar antara 0,568 hingga 0,762, dengan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan mengenai penggunaan paylater untuk membeli barang yang diinginkan meskipun tidak terlalu penting ( $r = 0,762$ ), sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan mengenai penggunaan paylater untuk lebih dari satu jenis pembelian dalam waktu yang sama ( $r = 0,568$ ). Dengan demikian, seluruh indikator pada variabel Penggunaan Paylater dinilai mampu mengukur konstruk yang diteliti sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Hasil uji validitas pada variabel Gaya Hidup ( $X_2$ ) juga menunjukkan bahwa seluruh enam butir pernyataan memenuhi kriteria validitas karena nilai  $r$  hitung masing-masing lebih besar daripada  $r$  tabel (0,199). Nilai  $r$  hitung berada pada rentang 0,567–0,743, dengan korelasi tertinggi terdapat pada pernyataan mengenai ketertarikan membeli barang yang sedang populer ketika berbelanja menggunakan paylater ( $r = 0,743$ ), sedangkan korelasi terendah terdapat pada pernyataan bahwa paylater memudahkan proses pembelian atau berbelanja ( $r = 0,567$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Gaya Hidup memiliki kemampuan yang baik dalam mengukur konsep yang diteliti dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

Pada variabel Perilaku Konsumtif ( $Y$ ), seluruh delapan butir pernyataan juga dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r$  hitung yang melebihi  $r$  tabel (0,199). Nilai korelasi item berkisar antara 0,550 hingga 0,833, dengan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan mengenai kecenderungan lebih mempertimbangkan harga dibandingkan manfaat produk saat membeli barang ( $r = 0,833$ ), sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan mengenai ketertarikan membeli barang karena adanya bonus atau hadiah dari paylater ( $r = 0,550$ ). Secara keseluruhan, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel Penggunaan Paylater, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif memenuhi persyaratan validitas, sehingga instrumen penelitian dinyatakan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan layak digunakan dalam proses pengumpulan data.

### 3.3. Uji Realibilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel penelitian memenuhi kriteria reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimum 0,60. Variabel Penggunaan Paylater ( $X_1$ ) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,829, variabel Gaya Hidup ( $X_2$ ) sebesar 0,684, dan variabel Perilaku Konsumtif ( $Y$ ) sebesar 0,840. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dalam mengukur konstruk yang diteliti. Di antara ketiga variabel, Perilaku Konsumtif memiliki tingkat reliabilitas tertinggi, sedangkan Gaya Hidup memiliki nilai reliabilitas terendah, namun masih berada di atas standar yang ditetapkan. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

| Variabel                      | Cronbach's Alpha | Standar Reliabilitas | Keterangan |
|-------------------------------|------------------|----------------------|------------|
| Penggunaan Paylater ( $X_1$ ) | 0,829            | 0,6                  | Reliabel   |
| Gaya Hidup ( $X_2$ )          | 0,684            | 0,6                  | Reliabel   |
| Perilaku Konsumtif ( $Y$ )    | 0,840            | 0,6                  | Reliabel   |

### 3.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 3.4.1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji Normalitas, hasil dari pengujian yang dilakukan dengan metode Monte Carlo Sig. (2-tailed) menunjukkan angka signifikansi mencapai 0,224. Nilai ini lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat signifikansi 0,05 ( $0,224 > 0,05$ ), yang memungkinkan untuk menarik kesimpulan bahwa data residual dalam kajian ini memiliki distribusi normal. Oleh karena itu, model regresi tersebut telah memenuhi kondisi normalitas, sehingga analisis regresi linear berganda bisa diteruskan karena salah satu syarat klasik telah dipenuhi.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

|                                  |                |             | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------|-------------------------|
| N                                |                |             | 98                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           |             | 0,0000000               |
|                                  | Std. Deviation |             | 2,40203129              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       |             | 0,107                   |
|                                  | Positive       |             | 0,056                   |
|                                  | Negative       |             | -0,107                  |
| Test Statistic                   |                |             | 0,107                   |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                |             | .008 <sup>c</sup>       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed)      | Sig.           |             | .224 <sup>d</sup>       |
|                                  | 95% Confidence | Lower Bound | 0,142                   |
|                                  | Interval       | Upper Bound | 0,307                   |
|                                  |                |             |                         |

### 3.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji Multikolinearitas, model regresi dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas karena kedua variabel independen telah memenuhi standar pengujian yang ditentukan. Variabel Penggunaan Paylater menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,530 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,888, sedangkan variabel Gaya Hidup juga mendapatkan nilai Tolerance yang sama, yaitu 0,530, dengan nilai VIF sebesar 1,888. Dengan melihat nilai Tolerance dari kedua variabel yang berada di atas batas minimal 0,10 ( $0,530 > 0,10$ ) dan nilai VIF yang jauh di bawah batas maksimum 10,00 ( $1,888 < 10,00$ ), dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

| Model               | Collinearity Statistics |       |
|---------------------|-------------------------|-------|
|                     | Tolerance               | VIF   |
| (Constant)          |                         |       |
| Penggunaan Paylater | .530                    | 1.888 |
| Gaya Hidup          | .530                    | 1.888 |

### 3.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 5 yang menunjukkan Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser, diketahui bahwa variabel Penggunaan Paylater (X1) memiliki nilai signifikansi 0,411, sedangkan variabel Gaya Hidup (X2) memiliki nilai signifikansi 0,057. Keduanya memiliki nilai signifikansi yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat signifikansi 0,05, yakni  $0,411 > 0,05$  dan  $0,057 > 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, yang artinya varians residual tetap konstan di seluruh pengamatan. Oleh karena itu, model regresi ini sudah memenuhi salah satu asumsi klasik, sehingga dapat digunakan untuk analisis yang lebih mendalam.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients<br>Beta | t      | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|-----------------------------------|--------|------|
|                     | B                           | Std. Error |                                   |        |      |
| (Constant)          | 7.097                       | 1.550      |                                   | 4.578  | .000 |
| Penggunaan Paylater | -.041                       | .049       | -.110                             | -.826  | .411 |
| Gaya Hidup          | -.152                       | .079       | -.255                             | -1.923 | .057 |

### 3.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi  $Y = 0,818 + 0,542X_1 + 0,584X_2 + e$ . Nilai konstanta sebesar 0,818 menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tetap memiliki nilai sebesar 0,818 ketika

variabel Penggunaan Paylater ( $X_1$ ) dan Gaya Hidup ( $X_2$ ) dianggap konstan. Koefisien regresi Penggunaan Paylater sebesar 0,542 dan Gaya Hidup sebesar 0,584, yang keduanya bernilai positif, mengindikasikan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa Penggunaan Paylater dan Gaya Hidup memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong, sehingga semakin tinggi penggunaan paylater dan semakin tinggi gaya hidup, maka kecenderungan perilaku konsumtif juga akan semakin meningkat.

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

| Model               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                     | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant)          | .818                        | 2.329      |                           | .351  | .726 |
| Penggunaan Paylater | .542                        | .074       | .549                      | 7.305 | .000 |
| Gaya Hidup          | .584                        | .119       | .369                      | 4.916 | .000 |

### 3.6. Pengujian Hipotesis

#### 3.6.1. Hasil Uji t (Parsial)

Berdasarkan Tabel 7, hasil uji analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Penggunaan Paylater memperoleh nilai t sebesar 7,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, sedangkan variabel Gaya Hidup memperoleh nilai t sebesar 4,916 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi pada kedua variabel tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat diartikan bahwa Penggunaan Paylater dan Gaya Hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong. Di samping itu, nilai t variabel Penggunaan Paylater lebih tinggi dibandingkan nilai t variabel Gaya Hidup ( $7,305 > 4,916$ ), yang mengindikasikan bahwa Penggunaan Paylater memberikan pengaruh parsial yang lebih besar terhadap Perilaku Konsumtif dibandingkan dengan Gaya Hidup.

Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)

| Model               | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                     | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| (Constant)          | .818                        | 2.329      |                           | .351  | .726 |
| Penggunaan Paylater | .542                        | .074       | .549                      | 7.305 | .000 |
| Gaya Hidup          | .584                        | .119       | .369                      | 4.916 | .000 |

#### 3.6.2. Hasil Uji F (simultan)

Berdasarkan Tabel 8, hasil Uji F (Simultan), diketahui bahwa nilai F hitung mencapai 119,688 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut berada di bawah tingkat signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa Penggunaan Paylater ( $X_1$ ) dan Gaya Hidup ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Oleh karena itu, model regresi yang diterapkan dalam penelitian ini dapat dinyatakan layak (fit) untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa hipotesis yang menunjukkan adanya pengaruh kolektif antara Penggunaan

Tabel 8. Hasil Uji F (simultan)

| Model      | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.  |
|------------|----------------|----|-------------|---------|-------|
| Regression | 1.410.222      | 2  | 705.111     | 119.688 | .000b |
| Residual   | 559.666        | 95 | 5.891       |         |       |
| Total      | 1.969.888      | 97 |             |         |       |

#### 3.6.3. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,716 dan Adjusted R Square sebesar 0,710. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Penggunaan Paylater ( $X_1$ ) dan Gaya Hidup ( $X_2$ ) secara

bersama-sama mampu menjelaskan 71,6% variasi Perilaku Konsumtif (Y), sedangkan 28,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Sementara itu, nilai Adjusted R Square mengindikasikan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, kemampuan model dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif tetap tinggi, yaitu sebesar 71,0%. Selain itu, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,846 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen tergolong sangat kuat, sehingga model regresi dinilai memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan pengaruh penggunaan paylater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .846a | .716     | .710              | 242.718                    |

### 3.7. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial, variabel Penggunaan Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 7,305 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan layanan paylater, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif responden, sehingga Hipotesis 1 ( $H_1$ ) diterima. Kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, serta berbagai promosi yang ditawarkan layanan paylater mendorong ibu rumah tangga untuk melakukan pembelian tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga karena keinginan. Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB), yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dalam mengendalikan perilaku dapat meningkatkan niat seseorang untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Batubara et al. (2024) serta Tiara Ratnaningrum et al. (2024), yang menyatakan bahwa penggunaan paylater meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif melalui kemudahan pembayaran dan transaksi.

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong, dengan nilai t hitung sebesar 4,916 dan signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ), sehingga Hipotesis 2 ( $H_2$ ) diterima. Perkembangan teknologi, media sosial, dan platform belanja daring membuat ibu rumah tangga semakin mudah memperoleh informasi mengenai produk dan tren, sehingga keputusan pembelian tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk mengikuti gaya hidup. Temuan ini mendukung Theory of Planned Behavior (TPB), yang menjelaskan bahwa sikap, norma sosial, dan persepsi individu membentuk niat berperilaku, termasuk dalam aktivitas konsumsi. Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Putu et al. (2023) serta Damayanti dan Fathihani (2025), yang menyimpulkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif karena mendorong individu untuk berbelanja demi memenuhi tren dan kepuasan pribadi.

Secara simultan, Penggunaan Paylater dan Gaya Hidup terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong, yang ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 119,688 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ), sehingga Hipotesis 3 ( $H_3$ ) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran melalui layanan paylater dan perubahan gaya hidup saling melengkapi dalam meningkatkan kecenderungan konsumsi responden. Keputusan pembelian menjadi semakin dipengaruhi oleh kemudahan akses transaksi, perkembangan teknologi, media sosial, serta keinginan mengikuti tren. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Leonita dan Wulandari (2024), yang menyatakan bahwa penggunaan Shopee PayLater dan gaya hidup secara bersama-sama memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penggunaan paylater perlu diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik dan kemampuan membedakan antara kebutuhan dan keinginan agar perilaku konsumtif dapat dikendalikan secara lebih bijaksana.

Secara keseluruhan, hasil penelitian membuktikan bahwa Penggunaan Paylater dan Gaya Hidup merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong, baik secara parsial maupun simultan. Pengaruh kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa kemajuan layanan keuangan digital dan perubahan gaya hidup telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan serta kesadaran dalam mengelola penggunaan paylater menjadi hal yang penting agar kemudahan teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal tanpa mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Penggunaan Paylater terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,305 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ), sehingga hipotesis pertama diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan paylater, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif. Kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, serta berbagai promosi yang ditawarkan layanan paylater menjadi faktor yang mendorong responden melakukan pembelian tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga keinginan. Variabel Gaya Hidup juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 4,916 dengan signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup ibu rumah tangga, semakin besar kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Perkembangan teknologi, media sosial, serta tren belanja turut memengaruhi pola konsumsi responden, sehingga keputusan pembelian semakin dipengaruhi oleh gaya hidup dan keinginan mengikuti perkembangan produk, bukan semata-mata didasarkan pada kebutuhan. Secara simultan, Penggunaan Paylater dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F dengan nilai F hitung sebesar 119,688 dan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,716 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 71,6% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 28,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan paylater dan gaya hidup merupakan faktor utama yang berkontribusi terhadap peningkatan perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Desa Siandong.

#### Reference

1. Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
2. Amalia, A., Nurani, A., Zulpan, & Husein, A. (2025). Konsep Statistik dan Jenis-Jenisnya Aisyah. *JOURNAL OF LITERATURE REVIEW*, 1(2), 821–828.
3. Anggraini, L., Yogivaria, D. W., & Indiraswari, S. D. (2025). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater dan Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Analisis Perspektif Ekonomi Islam Dengan Penerapan Akad Ijarah. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 13(2), 148–154. <https://doi.org/10.21067/jrma.v13i2.12766>
4. Ardiansyah, RIsnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. 1, 1–9.
5. Arikunto. (2021). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.
6. Astuti, M. D., & Dasman, S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(5), 2893–2899. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i5.2969>
7. Astuti, R. D., & Angelina, L. (2024). Analisis determinan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 3(1), 81–89. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol3.iss1.art11>
8. Astuti, R. F., Ulfah, M., & Ellyawati, N. (2022). Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 237–245. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i2.52042>
9. Batubara, M., Putri, M., & Hrp, M. R. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Uin Sumatera Utara). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 422–429. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i1.21739>
10. Center, K. K. I. (2024). *Laporan Perilaku Pengguna Paylater Indonesia*.
11. Damayanti, R., & Fathihani. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan (JPPAK)*, 5(2), 130. <https://doi.org/10.20961/jppak.v5i2.103049>
12. Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.
13. Fatmawatie, N. (2022). *E Commerce dan Perilaku Konsumtif*. IAIN Kediri Press.
14. Firdausya, F. A., & Indawati, R. (2023). HETEROSKEDASTISITAS PADA ANGKA KEMATIAN IBU DI PROVINSI JAWA TIMUR TAHUN 2020. 7, 793–796.
15. Fitri, U. D. T., & Mardiana, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pomosi, dan Hedonisme terhadap Penggunaan Paylater pada Ibu Rumah Tangga di Kota Pontianak. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 9(2), 1434. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v9i2.2446>
16. Hariono, J., Sary, C., & ... (2025). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Sosial Media Terhadap Tren Penggunaan Paylater Di Kalangan Generasi Z. *JCA (Jurnal Cendekia Akuntansi)*, 6(2), 15–32. <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/7121%0Ahttps://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/7121/3360>
17. Hasanah, S. R., Thantawi, T. R., & Melinasari, S. (2024). Analisis Fiqih Muamalah Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. III(Mei), 132–143.
18. Hati, S. K., & Aryati, V. (2022). PENELITIAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. 1, 94–102.
19. Herwanis, D., Alianur, M., Maulida, & Nasir, K. (2025). Quantitative Research: Data Collection and Data Analysis for Beginner Researcher in Discussion. *Educompassion: Jurnal Integrasi Pendidikan Islam Dan Global*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.63142/educompassion.v1i3.88>
20. Julita, E. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM (STUDI PADA MAHASISWA FEBI UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU). Skripsi.

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.13042>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

21. Julita, E., B. I., & Yustati, H. (2022). Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 1–5.
22. Keuangan, O. J. (2024). Laporan perkembangan fintech lending dan paylater di Indonesia. <https://www.ojk.go.id>.
23. Khaerunisa, R., Fanther, R., & Sukardi, D. (2024). KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PADA GENERASI Z ( Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon ) Risma Khaerunisa , Refaldo Fanther , Didi Sukardi Ekonomi Syariah , Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon JAB Vol . 10 No . 01 ., *Jurnal Akuntansi & Bisnis*, 10(01), 57–67.
24. Komalasari, A. E., & Firmansyah, H. (2025). Jebakan Paylater Era Flexing: Studi Integratif TPB terhadap Literasi Keuangan Digital, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Konsumtif Gen Z di Kota Bandung. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 8129–8142. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3212>
25. Kompas.com. (2024). OJK ungkap banyak pengguna paylater alami kesulitan bayar cicilan. Kompas.Com. <https://www.kompas.tv/ekonomi/479016/ojk-ungkap-banyak-anak-muda-gagal-ajukan-kpr-hingga-95-gaji-habis-gara-gara-cicil-paylater>
26. Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 554–566. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>
27. Lestari, S. D., & Haris, H. (2024). Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin. 9(204), 389–404.
28. Perdana Oskar, D., Wenda Prinoya, R., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok. *Jurnal Ekobistek*, 11, 442–447. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>
29. Putri, W. A. (2024). PENGARUH E-COMMERCE DENGAN SISTEM SHOPEE PAY DAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DESA LUWUNG KECAMATAN MUNDU KABUPATEN CIREBON. 2, 306–312.
30. Putu, N., Anggraeni, N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 625–639. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.21450>
31. Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
32. Ramadanti, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Kolibri*, 1(5), 1–44.
33. Rodzkiyah, F. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Financial Literacy terhadap Perilaku Ibu Rumah Tangga. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
34. Roshni, & Nattassha, R. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Brand Awareness Blu by BCA Digital di Kalangan Mahasiswa Universitas Bunda Mulia. *Jurnal Digismantech*, 4(1), p-ISSN. <http://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v4i1.6015.g2955>
35. Rumina. (2024). TEHNIK PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN PENDIDIKAN. *Islamic Learning Journal*, 1(1), 157–177.
36. Salsabila, S. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA PAYLATER PADA E-COMMERCE. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53(1), 1–19. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>
37. Sholeha, A., & Kharisma, A. S. (2024). Pengaruh Financial Technology ( Fintech ) Terhadap Kinerja UMKM Melalui Mediasi Akses Keuangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(2), 1571–1586.
38. Siddiqi, M. F., & Sari, E. N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater bagi Mahasiswa Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid. 4(3), 3597–3603.
39. Sonjaya, R. P., Aliyya, F. R., & Naufal, S. (2025). Pengujian Prasyarat Analisis Data Nilai Kelas : Uji Normalitas dan Uji Homogenitas. 9, 1627–1639.
40. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
41. Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.
42. Sunarti, D., Patmasari, E. K., & Nugroho, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Perilaku Konsumtif dan Fintech ( Paylater ) Terhadap Pengelolaan Keuangan Individu ( Studi Kasus Pada Generasi Z di Kabupaten Kendal ). 1(2).
43. Tiara Ratnaningrum, Rina Dewi, Bambang Karnain, Harsono Teguh Santoso, & Achmad Daengs GS. (2024). Pengaruh Belanja Online dan Fitur Paylater Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 91–106. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v3i2.2956>
44. Umam, L. 'Asyarotul, & Bachtiar, F. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING PENGGUNA ECOMMERCE DI INDONESIA Lutfi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1)(PENGARUH PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING PENGGUNA ECOMMERCE DI INDONESIA), 245–249.
45. Utami, M. R., Meriyati, M., & Aravik, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang Serta Pandangan Perspektif Ekonomi Islam Terhadapnya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 269–282. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.235>